

AGENDA

Szkolenie Google Ads

podstawowe

Podczas naszego szkolenia pokażemy Ci, jak w prosty i szybki sposób możesz wypromować swoją stronę z Google Ads! Nauczymy Cię tworzenia skutecznych kampanii oraz wykorzystywania ich do pozyskiwania klientów i zwiększenia sprzedaży. Dzięki Case Study, a zwłaszcza praktycznym ćwiczeniom skutecznie przyswoisz nowe umiejętności.

Godziny	Nazwa bloku	Poruszane tematy
09:00-09:50	Blok I Rola Google Ads w marketingu	<ol style="list-style-type: none">1. Czym jest marketing internetowy2. Rola Google w marketingu internetowym3. Strona wyników wyszukiwania Google4. Różne możliwości reklamy Adwords – wprowadzenie5. Podstawowe zalety tej formy reklamy
9:50-10:00	<i>Przerwa kawowa</i>	
10:00-11:20	Blok II Co musimy wiedzieć, zanim włączymy kampanię Google Ads	<ol style="list-style-type: none">1. Jak rozliczam się za reklamy Ads - strategię ustalania stawek2. Czym jest aukcja Google Ads i Ranking Reklamy3. Struktura kampanii internetowej (cel, dobór strategii i narzędzi, budowanie, mierzalność)4. Gdzie kierować kampanię, aby była efektywna5. Jak dobrać słowa kluczowe – wykorzystanie narzędzi6. Możliwości doboru grupy docelowej, czyli sposoby kierowania kampanii7. Z czego składa się reklama tekstowa8. Dobre praktyki reklamowe, czyli na co powinniśmy zwrócić uwagę na samym początku9. Ograniczenia w prowadzeniu kampanii
11:20-11:30	<i>Przerwa kawowa</i>	
11:30-13:00	Blok III Przygotowanie i uruchomienie kampanii Google Ads	<ol style="list-style-type: none">1. Podział konta i hierarchia (konto, kampania, grupa reklam)2. Budowa strategii podziału kampanii Google Ads3. Utworzenie konta Google Ads w praktyce4. Omówienie podstawowych elementów interfejsu Google Ads5. Uruchomienie pierwszej kampanii Google Ads6. Typy dopasowań słów kluczowych7. Wykluczenia słów kluczowych8. Podstawowe wskaźniki kampanii Ads
13:00-14:00	<i>Przerwa na lunch</i>	
14:00-14:50	Blok IV Optymalizacja kampanii, czyli jak dbać o lepsze efekty	<ol style="list-style-type: none">1. Czym jest optymalizacja i jaki może mieć cel2. Jak możemy obniżyć średni koszt kliknięcia (śr. CPC)3. Dobre praktyki, które pozwalają zwiększyć liczbę zapytań ze strony www<ol style="list-style-type: none">a. strategię stron docelowychb. jakość strony docelowejc. CTA4. Wynik Jakości i jego rola w kampanii

AGENDA

Szkolenie Google Ads

podstawowe

14.50-15:00	<i>Przerwa kawowa</i>	
15:00-16.00	Blok V Pomiar efektów kampanii	<ol style="list-style-type: none">1. Google Analytics i jego znaczenie w kampanii Google Ads2. Podstawy działania narzędzia analitycznego – wprowadzenie do interfejsu Analytics3. Konwersja Ads, czym jest i jak ją mierzyć4. Dlaczego kontrola efektów kampanii jest ważna